

**PENGARUH PROMO CASHBACK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PELANGGAN LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE)**

SKRIPSI



**Fakhru Nizar Firmansyah
2017.69.10.0042**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BINIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promo Cashback dan Kualitas Layanan
Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan
Layanan E-commerce Shopee)

Disusun oleh : Fakhru Nizar Firmansyah

NIM : 201769100042

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan
di depan tim penguji
Pasuruan, 1 September 2021

Menyetujui.

Kaprodi



Pembimbing

Amma Fazizah, S. Sos., M. AB
NIP. Y. 0690800033

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN,
PADA:

HARI : RABU

TANGGAL : 1 SEPTEMBER 2021

JAM : 12.00 WIB

JUDUL : Pengaruh Promo Cashback dan Kualitas Layanan
Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan
Layanan E-commerce Shopee)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA



Dr. Anv Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP.Y.0691103037

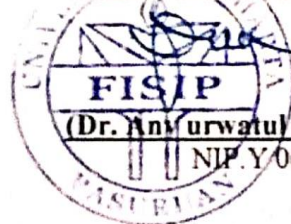
PENGUJI 1



Nur Ajizah S.Sos, M.AB
NIP.Y.0691502001

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



(Dr. Anv urwatul wusko S.Sos, M.AB)
NIP.Y.0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FAKHRU NIZAR FIRMANSYAH

NIM : 2017.69.10.0042

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Promo Cashback dan Kualitas Layanan

Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Layanan E-commerce Shopee)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 1 September 2021

Yang membuat pernyataan



Fakhru nizar firmansyah
NIM. 201769100042

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promo casback dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penyebaran kuesioner populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi

shopee. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan *sampling incidental* dengan 115 responden yang telah dihitung dengan rumus slovin. Variabel eksogen dalam penelitian ini yaitu promo cashback dan kualitas layanan. Sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner, teknik analisa data yang digunakan adalah SPSS 26 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Promo cashback berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : promo cashback , kualitas layanan , loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of cashback promos and service quality on customer loyalty. This type of research used is quantitative research. The distribution of the population questionnaire in this study were shopee application users. This sampling technique was carried out by incidental sampling with 115 respondents who had been calculated by the slovin formula. The exogenous variables in this study are cashback promos and service quality. While the endogenous variable in this study is customer loyalty

This study uses primary data in the form of a questionnaire, the data analysis technique used is SPSS 26. The results of this study indicate that: (1) Cashback promos have a significant effect on customer loyalty (2) service quality has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: cashback promo, service quality, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMO CASHBACK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Layanan E-commerce Shopee)”** sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) dalam Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun akhirnya penulis bisa melaluinya hal ini karena adanya bantuan dan juga bimbingan dari berbagai pihak baik moral maupun spiritual. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE.,ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Dr. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Amma Fazizah S,Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen pengajar Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh teman mahasiswa angkatan 2017 yang telah banyak membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi hingga selesai.

8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang di buat ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang administrasi binis.

Pasuruan, 1 September 2021

Penulis

Fakhru Nizar Firmansyah

DAFTAR ISI

Sampul Depan.....	i
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 11 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritik	12
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.4 Devinisi Promo Cashback.....	16
2.1.4.1 Pengukuran Promo Cashback	18
2.1.5 Kualitas Pelayanan	18
2.1.5.1 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan	19
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	20
2.1.6.1 Faktor Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2 Kajian Empiris	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	40
2.3.1 Pengaruh Promo Cashback Terhadap Loyalitas	40
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	41
2.3.3 Pengaruh Promo Cashback dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
BAB 111 : METODE PENELITIAN	
3. 1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi Penelitian	44
3.3 Variabel Dan Pengukuran.....	44
3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	44
3.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	45

3.3.2.1 Variabel Bebas X (independent variabel).....	45
3.3.2.2 Variabel Terikat Y	46
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	47
3.4.1 Populasi	47
3.4.2 Sampel	47
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6 Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisi <i>Statistic</i> Deskriptif.....	50
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.7.1 Uji Validitas	50
3.7.2 Uji Reliabilitas	51
3.8 Teknik Analisis	52
3.8.1 Analisis Deskriptif	52
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	53
3.8.2.2 Uji Linieritas	53
3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas	53
3.8.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.8.2.5 Uji Hipotesis	54
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data	58
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden	59
4.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	61
4.1.5 Distribusi Responen Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.1.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	65
4.2 Deskriptif Frekuensi Variabel.....	66
4.2.1 Variabel Promo Cashback	66
4.2.2 Variabel Kualitas Layanan	67
4.2.3 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	70
4.3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	73
4.3.1 Uji Validitas.....	73
4.3.2 Uji Realibilitas	74

4.4 Uji Asumsi Klasik	75
4.4.1 Uji Normalitas	75
4.4.2 Uji Linieritas	77
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	78
4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.5 Uji Hipotesis	81
4.5.1 Hasil Uji T	81
4.5.2 Hasil Uji F	82
4.5.3 Uji Hasil Determinasi	83
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.6.1 Pengaruh Secara Parsial Promo Cashback Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.6.2 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	86
4.6.3 Pengaruh Secara Parsial Promo Cashback dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Shopee	88
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Pemetaan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Indikator variabel promo cashback (X1)	45
Tabel 3.2 Indikator variabel kualitas layanan (X2)	46
Tabel 3.3 Indikator variabel loyalitas pelanggan (Y)	46
Tabel 3.4 Pengukuran variabel	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Gender/Jenis kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	65
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden	66
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden	68
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	75
Tabel 4.10 Uji Normalitas	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.13 Hasil Analisis Linier berganda	80
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi R.....	84
Tabel 4.17 Tabel Interval Koefisien Kolerasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model penelitian Sulandjari & Ardi (2020)	23
Gambar 2.2 Model penelitian amelia dan husnul (2020)	24
Gambar 2.3 Model penelitian Wulandari dan isna (2020)	25
Gambar 2.4 Model penelitian Jayanti, Saroh, dan Zunaida (2020)	26
Gambar 2.5 Model penelitian Kusumaningrum1 dan Dandy (2021)	27
Gambar 2.6 Model penelitian Nurrohyani1 dan Estro	28
Gambar 2.7 Model penelitian Ekawaty, Reminta (2018)	29
Gambar 2.8 model penelitian Sumertana	30
Gambar 2.9 model penelitian Yulianingsih, Hidayat dan Agung (2018)	31
Gambar 2.10 Model penelitian Putri dan hardi (2017)	32
Gambar 2.11 Model Hipotesis	43
Gambar 3.1 Rumus Koefisien Determinasi Sumber Sugiono, 2012	57
Gambar 4.1 Grafik Deskriptif berdasarkan jenis kelamin	60
Gambar 4.2 Grafik Deskriptif berdasarkan usia	62
Gambar 4.3 Deskripsi Grafik berdasarkan Pekerjaan	64
Gambar 4.4 Deskripsi Grafik Berdasarkan Pendapatan	65
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2 Data Hasil Responden.....	97
Lampiran 3 Jawaban Responden	102
Lampiran 4 Uji Validitas	108
Lampiran 5 Uji Reabilitas	111
Lampiran 6 Uji Normalitas	112
Lampiran 7 Uji Heterokedestisitas	113
Lampiran 8 Uji Linieritas.....	114
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda	115
Lampiran 10 Uji T	116
Lampiran 11 Uji F	117
Lampiran 12 Uji Hasil Determinasi R	118